

SOLICITADA POR



Abriendo las alas de la nueva generación del MKTG



Claudio Moro
Gerente de Marketing y Ventas Digitales del Grupo Latam
Latam Airlines

Si hablamos de los premios a la efectividad en publicidad y marketing, los Effie Awards son los más relevantes a nivel mundial. Y no menos importante es el **Effie College**, una versión para alumnos de universidades que promueve su participación en el proceso de creación y evaluación de una campaña publicitaria, en respuesta a un brief con una problemática real de parte de las marcas participantes.

En la actual versión del concurso en Chile, el grupo Latam está participando y ya se pueden apreciar algunos insights interesantes como la importancia que esta generación de estudiantes universitarios da a conceptos, como la retribución inmediata, la cooperación mutua, la salud mental y la ayuda social.

El proceso en el que están compitiendo los alumnos, va acorde con el perfil y el reto que ellos mismos tienen como nueva generación de consumidores. Es una experiencia que los ayuda a poner en práctica el conocimiento teórico aplicado a un caso real, al tener que cumplir con ciertos objetivos específicos para la campaña. Para muchos de ellos, este fue uno de los mayores retos, ya que si bien tenían ideas creativas interesantes, éstas no necesariamente cumplían con el objetivo final. Es importante no enamorarse de la idea creativa en sí misma, ya que ésta sólo será útil cuando su ejecución cumpla con la meta planteada.

Este tipo de experiencias nutren tanto a las empresas como a los alumnos y generan un puente entre el mundo de la academia y el mundo corporativo. Vale la pena aprovechar estas instancias y maximizar sus beneficios. Bienvenidas las nuevas ideas para la Latam del futuro.